

Management en Séries – Saison 3
3 et 4 avril 2025 à l'EM Normandie, Campus du Havre

Ce colloque interdisciplinaire est organisé par l'EM Normandie



en partenariat avec le festival Série Séries
avec le soutien des laboratoires CRIEG équipe REGARDS, CEREFIGE, IRG, NIMEC,
VALLOREM et de la chaire Entrepreneuriat, Alterité et Société de l'UQAM



**UNIVERSITÉ
DE LORRAINE**



CEREFIGE

Centre Européen de Recherche en Économie Financière
et Gestion des Entreprises

IRG Institut de
Recherche en
Gestion

INSTITUT DE RECHERCHE EN GESTION

Sous la co-tutelle de :

**UPEC • UNIVERSITÉ PARIS-EST CRÉTEIL
UNIVERSITÉ GUSTAVE EIFFEL**



Chaire
Entrepreneuriat,
Alterité et Société



VALLOREM
RECHERCHE EN MANAGEMENT ORLÉANS - TOURS

Résumé des épisodes précédents

L'analyse des séries télévisées, en tant que fictions, permet souvent la mise en lumière de phénomènes spécifiques à partir du réel afin d'en dévoiler certains aspects. En cela, elles constituent un miroir de la société avec lequel les théories managériales peuvent être confrontées. Cependant, l'étude des séries télévisées demeure pour l'instant encore relativement confidentielle en management. Si l'on peut citer par exemple les travaux de Grimand (2009) sur *Les Simpson*, de Zundel, Holt et Cornelissen, (2013) ; Holt & Zundel (2014) sur *The Wire* ou encore d'Agogué et Sardais (2020) ; Sardais et Agogué (2022) sur *Game of Thrones*, la recherche en management à partir du matériau sériel reste un champ encore à défricher.

Lors des deux premières saisons de Management en Séries de nombreuses thématiques ont pu être abordées. La saison 1¹ a permis de révéler les liens étroits, notamment pédagogiques, entre séries et théories managériales, tout en adoptant une posture réflexive facilitant la distanciation avec l'objet d'études. Forte de ces explorations épistémologiques fondatrices, la saison 2² a permis d'aller plus loin dans la mobilisation du matériau sériel comme support à l'analyse et à la déconstruction de phénomènes qui mettent en lumière les questionnements éthiques et pratiques que se posent les organisations contemporaines.

Cette saison dans Management en Séries...

Après le succès de la deuxième saison qui s'est déroulée à l'Université de Reims Champagne-Ardenne les 21 et 22 mars 2024, le colloque « Management en Séries » se tourne cette année vers l'ouest et se tiendra les 3 et 4 avril 2025 à l'École de Management de Normandie, sur son campus du Havre.

Cette année encore, le colloque se propose d'explorer les liens multiples entre management et séries télévisées, et ce, à travers trois grands axes (non limitatifs) :

Axe 1 : Pédagogie & dialogue avec la société

Les séries, comme toute fiction, représentent des matériaux empiriques à part entière, qui sont utiles pour la recherche à la fois en proposant des représentations spécifiques du réel ou des représentations alternatives du réel opérantes pour construire de la connaissance scientifique (Cavell, 1979). La fiction permet d'aborder les paradoxes et les tensions qui traversent le réel. Par ailleurs, la fiction, mais aussi la fiction sérielle, représentent des communs mobilisables pour la transmission des savoirs et le dialogue des chercheurs avec la société (Laugier, 2019). Les séries constituent ainsi des supports de transmission de connaissances pertinents. Par ailleurs, la série, comme d'autres formes fictionnelles, permet un accès à des phénomènes qu'on sait inaccessibles par l'arsenal des méthodes qualitatives ou qui sont impossibles à décrire ou d'écrire par des narrations habituelles. Elle peut alors créer des possibilités nouvelles, qu'il s'agisse de mettre au jour l'inaccessible ou de le raconter. Afin d'élargir ce champ, cet axe propose d'étudier de manière non exhaustive les questions suivantes :

1 Programme complet disponible sur : <https://managementserie.sciencesconf.org/>

2 Programme complet disponible sur : <https://managementseries2.sciencesconf.org/>.

- Peut-on faire de la recherche avec les séries ? Comment (méthodologie, terrain, mise en abyme, etc.) ? Les séries peuvent-elles apporter de nouvelles perspectives sur le management et les organisations ?
- Les séries comme moyen d'aborder des sujets sociaux et organisationnels sensibles (harcèlement, violences, domination, etc.). La série comme moyen d'importer les questions sociétales dans l'organisation (environnement et climat, féminisme et mouvement woke, société de consommation, « start-up nation », etc.)
- Les séries comme démarche pédagogique émancipatoire. La série est un objet de culture populaire qui peut résonner plus simplement avec les préoccupations, trajectoires de vie et capital social et culturel d'étudiant.es qui se sentent à l'écart d'une connaissance académique considérée comme pouvoir et donc (re)productrice de hiérarchies sociales.
- Les séries comme matériau pertinent pour la diffusion de la recherche critique en management. La série comme support à la déconstruction (« bullshit » managérial, « socialwashing », « greenwashing », leadership toxique, etc.).
- Les séries comme « fictionnalisation » aux vertus pédagogiques (parcours d'entrepreneur.euses et/ou d'organisation, grands événements économiques, financiers, etc.). Opportunités et limites de l'utilisation des séries dans la salle de classe. Réactions et retours des étudiant.es face aux séries utilisées en classe.
- Les temporalités de la série, vertus et limites. Comment les séries permettent-elles une analyse des défaillances organisationnelles sur des périodes compressées ou prolongées ?
- Les séries, une brèche dans l'intimité comme 4^e mur de l'analyse organisationnelle ?
- Comment les séries abordent-elles les questions éthiques inhérentes au management ? Quels enseignements tirer de ces séries pour la responsabilité sociale des entreprises et la gestion des risques éthiques ? Comment ces narrations peuvent-elles aider les managers à anticiper et à gérer les dilemmes éthiques en entreprise ?
- Comment les séries influencent-elles l'image que l'on se construit d'un métier ?
- Comment les séries offrent-elles des laboratoires d'apprentissage pour le management futur ?

Management en Séries au Congrès de l'AFIRSE 2025, UNESCO, Paris

Le colloque Management en Séries Saison 3 trouvera un prolongement exceptionnel lors du congrès de l'AFIRSE, Association Francophone Internationale de Recherche en Éducation, qui se tiendra lieu à l'UNESCO, Paris du 26 au 28 mai 2025. Une ou deux sessions auront pour thème la pédagogie dans l'enseignement supérieur avec les séries télévisées.

Axe 2 : Fabrication et diffusion des séries

La série est elle-même un produit et ses conditions de fabrication et de diffusion ont des implications managériales internes (ex.: la série comme industrie) et externes (ex.: le marché des séries) dont l'analyse constitue un champ à explorer ? Par exemple, comment les séries sont-elles managées ? Comment est organisée la production, notamment autour d'un collectif créatif ? Dans quelle mesure l'industrie audiovisuelle et télévisuelle, mais aussi les industries marketing et touristiques développées autour de ces productions, ont-elles un impact sur les séries elles-mêmes ? Et réciproquement ? Et comment les séries sont-elles reçues, consommées, appréciées, haïes ? C'est à la production des séries télévisées, à leur réception et à leur consommation que cet axe va s'intéresser. Il s'agit ici de donner une place plus centrale aux pratiques de production et de consommation des séries télévisées.

On pourra alors, toujours de manière non-exhaustive, s'intéresser aux questions suivantes :

- Quel est le management au sein des entreprises de production et de distribution de contenu ? Quel a été par exemple l'impact des grèves des scénaristes ?
- Comment les plateformes influencent-elles la création originale de contenus et le placement de produits ? Cela entraîne-t-il des modifications de business model ?
- Quels sont les comportements de consommation des séries ? Y'a-t-il des pratiques déviantes (partage de comptes, « speed » et/ou « binge » watching (visionnage boulimique), visionnage sur le lieu de travail, etc.) ? Quel est leur contrôle éventuel ? Sont-elles des nouvelles formes de résistance au capitalisme de plateforme ?
- Quelle réception médiatique pour les séries, quelles audiences ?
- Comment se constitue une communauté de fans et quelle peut être son influence sur la série ?
- Comment gérer des franchises ? Quelle est la marchandisation des séries et quelles sont les expériences transmédias proposées (ex. : produits dérivés, visites de studios, de lieux de tournage, etc.) ?
- Pourquoi une telle fascination pour certaines professions (médicales, justice, renseignement) et pour les activités criminelles (dealer.euses, braqueur.euses) ?
- Quels biais idéologiques et politiques induits par les modes de production des séries ?
- L'industrie des séries a-t-elle des effets en termes de (sur)(sous)représentation des phénomènes et groupes sociaux mais aussi d'isomorphisme sectoriel, de mondialisation des modes de production et de contraintes exercées sur d'autres industries (cinéma, littérature, etc.) ?
- Quels effets pour les industries créatives de la domination de l'écriture sérielle ? Y a-t-il un « effet plateforme » (ex. : « netflixisation », business models, idéologies sous-jacentes, production, formats, segmentation et diffusion, etc.).
- Industrie des séries, approches de l'altérité et possibilités « interculturelles ». En quoi la production mondialisée ou l'accès mondial de séries permet de saisir véritablement la pluriversalité des mondes ou de renforcer la production d'un « autre », de différences et d'assignations identitaires ?
- La place des minorités visibles et invisibles dans la production de séries.

Axe 3 : Inclusions sociales et regard sur les organisations à travers les séries (axe phare de la troisième saison)

Enfin, les séries, en tant qu'elles entendent souvent constituer un miroir de leur époque, offrent des perspectives uniques sur des questions essentielles aux sciences de gestion et du management, telles que l'identité, le genre ou bien encore le handicap. Les communications pourront explorer comment ces représentations influencent et/ou sont influencées par les pratiques et théories managériales (liste non exhaustive) :

- Comment des séries abordent-elles la diversité et l'inclusion ? Quels impacts ont-elles sur la gestion de la diversité en organisation ? En quoi les séries viennent-elles façonner les représentations via les rôles modèles qu'elles donnent à voir, par la déconstruction de certains rôles sociaux ou stéréotypes ? Quelles représentations au sein des séries des pratiques inclusives de management de ressources humaines (ex. : genre, racialisation, classisme, handicap, etc.) ? Comment influencent-elles les perceptions du leadership ? Des pratiques de gestion des talents et des carrières ?

- La construction des personnages entraîne-t-elle des représentations stéréotypées des minorités et de ce qu'on attend d'elles dans les organisations ? Comment les séries font-elles face à la question de « la masculinité hégémonique » ? Du validisme ? Quelles séries peuvent être mobilisées pour parler de l'intersectionnalité en entreprise ?
- Quelles représentations les séries véhiculent-elles des personnes en situation de handicap ? Quelle est l'influence éventuelle de ces représentations sur les politiques d'inclusion en milieu professionnel ? Comment ces séries peuvent-elles sensibiliser et former les managers au management de la diversité ?
- Comment les séries contribuent-elles à la visibilité des communautés LGBTQIA+ en organisation ? Quels effets ces représentations ont-elles sur les pratiques au sein des organisations en matière de gestion de la diversité sexuelle et de genre en entreprise ? Comment ces séries peuvent-elles encourager l'acceptation des personnes LGBTQIA+ dans les organisations ?
- Comment les séries permettent-elles l'accès à d'autres représentations de pratiques genrées, sexuelles, ethnoculturelles ou sociales ? Quel est leur pouvoir performatif dans la construction d'autres possibilités ou imaginaires ? Quid du dialogue entre séries et société, par exemple au sujet de l'inclusion (on peut penser, par exemple au premier baiser inter-racial montré dans Star Trek dans les années 1960) et plus généralement sur le potentiel des séries pour montrer d'autres imaginaires désirables d'organisations ?
- Comment sont représentés les marginaux et les vulnérables dans les séries ?
- En quoi les séries représentent la diversité à travers l'exclusion sociale, les représentations stéréotypées ou encore l'invisibilisation de certaines populations ? En quoi est-ce un mouvement général dans les Industries Culturelles et Créatives ? Dans quelles mesures les séries portent-elles un regard spécifique, parfois critique sur les représentations des questions d'inclusion et de diversité en mettant en scène les leviers et les obstacles à celle-ci ?

Notre colloque valorise depuis ses débuts les *travaux d'étudiants*, notamment de Master portant sur les liens entre séries télévisées et management. Vous pouvez donc les inciter à soumettre (ou soumettre pour eux en cas de difficulté avec la plateforme) leurs travaux universitaires dans un format libre. Dans ce cas, merci de cocher la case « travaux étudiant.e-s » lors de la soumission. Ces travaux feront l'objet d'un processus de sélection à part.

Bibliographie indicative

- Aubert B., Meyronin B. (2017). De *MacGyver* à *Mad Men*: quand les séries TV nous enseignent le management, Dunod, Malakoff.
- Aubert B., Meyronin B. (2020). De *MacGyver* à *Game of thrones*: quand les séries TV nous enseignent le management, 2e éd, Dunod, Malakoff.
- Agogué M., Sardais C. (2019). *Petit traité de management pour les habitants d'Essos, de Westeros et d'ailleurs*, EMS, Paris (Pratiques d'entreprises).
- Cavell, Stanley. *The world viewed: reflections on the ontology of film*. Enl. ed. Cambridge: Harvard University Press, 1979.
- Grimand A. (2009). « Fiction, culture populaire et recherche en gestion. Une exploration croisée à travers la série Les Simpsons », *Revue française de gestion*, 194, n° 4, p. 169-185.
- Holt R., Zundel M. (2014). « Understanding Management, Trade, and Society Through Fiction: Lessons from The Wire », *Academy of Management Review*, 39, n° 4, p. 576-585.

- Laugier, Sandra. *Nos vies en séries: philosophie et morale d'une culture populaire*. Climats. Paris: Climats, 2019.
- Sardais C., Agogué M. (2022). « La fin du charisme, la chute du personnage de Daenerys dans la série Game of Thrones » Julliot, C. , Lenglet, M., Rouquet, A. (dirs.), *Revue française de gestion*, 48, n° 303, p. 125-142.
- Szpirglas M. (2023). Comprendre le management avec *La Casa de Papel*, EMS.
- Zundel M., Holt R., Cornelissen J. (2013). « Institutional Work in The Wire: An Ethological Investigation of Flexibility in Organizational Adaptation », *Journal of Management Inquiry*, 22, n° 1, p. 102-120.

Modalités de soumission

Calendrier de diffusion

- 13 juillet 2024 : Ouverture du site web du colloque (<https://mgtseries3.sciencesconf.org/>) et du dépôt des pilotes (short papers)
- 08 novembre 2024 : Clôture de l'envoi des pilotes sur la plateforme SciencesConf
- 13 décembre 2024 : Retour sur les pilotes par les producteur·ice·s scientifiques
- 05 février 2025 : Date limite d'inscription au colloque

Diffusion de la saison 3 : 3 et 4 avril 2025 à l'EM Normandie, Campus du Havre

Format des pilotes

5 pages (hors page de titre et bibliographie), 12pt, interligne 1,5, marges : 2 cm (h,b,g,d).

Police : Times New Roman.

Merci d'envoyer vos propositions sur <https://mgtseries3.sciencesconf.org/> un fichier anonymisé (+ purge des métadonnées) au format PDF.

Normes bibliographiques

- Ouvrage : Nom de l'auteur et initiale du prénom (date de publication). *Titre de l'ouvrage*, Éditeur, Lieu d'édition (exemple : Gabison Y. (2016). *Devenez le héros de votre vie ! 30 leçons de leadership des héros de séries TV*, Eyrolles, Paris.).
- Article : nom de l'auteur et initiale du prénom (date de publication). « Titre de l'article », *Titre de la revue*, vol. x, n° x, mois de publication, p. x-y, (exemple : Schweidel D.A., Moe W.W. (2016). « Binge Watching and Advertising », *Journal of Marketing*, 80, n° 5, p. 1-19.).
- Chapitre d'ouvrage : nom de l'auteur et initial du prénom (date de publication). « Titre du chapitre », dans initiale du prénom et nom de l'auteur en petites capitales (dir. ou dirs. si plusieurs auteurs), *titre du livre*, éditeur, p. x-y (exemple : Perrenoud P. (1993). « Curriculum : le formel, le réel, le caché », dans Houssaye J. (dir.), *La pédagogie : une encyclopédie pour aujourd'hui*, ESF, p. 61-76.)

Les auteurs et autrices sont invité·e·s à utiliser le style Zotero de la Revue française de gestion disponible sur <https://www.zotero.org/styles/revue-francaise-de-gestion> (style également utilisable sur Mendeley)

Détails pratiques

Les modalités d'accès au Campus et d'inscription ainsi qu'une liste d'hôtel et les modalités

d'inscription mises en ligne au fur et à mesure sur le SciencesConf du colloque.

Comité d'organisation³

Amira Laifi (EM Normandie)
Mathilde Aubry (EM Normandie)
Nancy Aumais (ESG UQAM)
Yoann Bazin (Université Paris-Nanterre, CEROS)
Erwan Boutigny (Université Le Havre Normandie, NIMEC)
Justine Breton (Université de Lorraine, SAMA)
Manon Châtel (Aix-Marseille Université, CERGAM)
Julie Ecurignan (Université Catholique de l'Ouest, CHUS)
Claire Edey Gamassou (UPEC, IRG)
Olivier Germain (ESG UQAM)
Florent Giordano (Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG, équipe REGARDS)
Xavier Philippe (EM Normandie)
Romain Pierronnet (Université de Lorraine, CEREFIGE)
Sophie Renault (Université d'Orléans, VALLOREM)
Alexandre Salvadori (UPEC, IRG)
Mathilde Szpirglas (Université Gustave Eiffel, IRG)
Sabrina Tanquerel (EM Normandie)

Comité scientifique

Sonia Adam-Ledunois (Université Paris-Dauphine, DRM)
Marine Agogué (HEC Montréal)
Mathilde Aubry (EM Normandie)
Nancy Aumais (ESG UQAM)
Yoann Bazin (Université Paris-Nanterre, CEROS)
Marjolaine Boutet (Université Sorbonne Paris-Nord, Pléiade)
Erwan Boutigny (Université Le Havre Normandie, NIMEC)
Justine Breton (Université de Lorraine, SAMA)
Tarik Chakor (Aix-Marseille Université, LEST)
Manon Châtel (Aix-Marseille Université, CERGAM)
Véronique Chossat-Noblot (Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG équipe REGARDS)
Jean-Philippe Danglade (KEDGE)
Pierre Denmat (Université Paris-Nanterre, LAVUE)
Rebecca Dickason (Université de Rennes, CREM)
Loubna Echajari (Université de Technologie de Troyes, LIST3N)
Claire Edey Gamassou (Université Paris-Est Créteil, IRG)
Julie Ecurignan (Université Catholique de l'Ouest, CHUS)
Olivier Germain (ESG UQAM)
Florent Giordano (Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG, équipe REGARDS)
Amaury Grimand (Université de Nantes, LEMNA)
Aurélia Heurteux (Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG, équipe REGARDS)
Aurore Labadie (Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle, Thalim/CERACC)
Amira Laifi (EM Normandie)
Ève Lamendour (Université de La Rochelle, LITHORAL)
Catherine Lespérance (ESCP BS)

³ Les membres du comité d'organisation qui soumettent une communication au colloque sont de fait exclus du processus de sélection des papiers et leurs pilotes sont évalués à l'issue d'un processus en double-aveugle.

Joan Le Goff (UPEC, IRG)
Dorian Marchais (Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG, équipe REGARDS)
Virginie Martin (KEDGE BS)
Delphine Minchella (EM Normandie)
Stéphan Pezé (Université de Toulouse Capitole, TSM)
Xavier Philippe (EM Normandie)
Briac Picart Hellec (Université du Havre, GRIC)
Romain Pierronnet (Université de Lorraine, CEREFIGE)
Sophie Rauch (NEOMA BS)
Sophie Renault (Université d'Orléans, VALLOREM)
Aurélien Rouquet (NEOMA BS)
Émilie Ruiz (Université de Savoie Mont-Blanc, IREGÉ)
Lamia Sadoun (Université de Reims Champagne-Ardenne, CRIEG, équipe REGARDS)
Alexandre Salvadori (UPEC, IRG)
Monika Siejka (UVSQ, Université Paris-Saclay, CHCSC)
Mathias Szpirglas (Université Gustave Eiffel, IRG)
Sabrina Tanquerel (EM Normandie)
Albéric Tellier (Université Paris-Dauphine, DRM)
Christelle Théron (Université Toulouse Capitole, TSM)
Olivier Vidal (CNAM, LIRSA)

Pour toute question supplémentaire, vous pouvez vous adresser à :
management-series-co-showrunnereuses@groupes.renater.fr